

РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ О ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ

Аннотация: В статье анализируется значение телевидения как источника знаний о прошлом. Выделены его преимущества перед другими СМИ в освещении исторических событий. Описаны тенденции изменения структуры и содержания передач, посвященных Великой Отечественной войне. Выявлены причины сложности во взаимодействии журналистов и историков. Дана оценка роли телевидения в трансляции коммуникативной памяти и формировании культурной памяти.

Ключевые слова: *культурная память, телевидение, Великая Отечественная война.*

Kostyakova Yu. B.

THE ROLE OF TELEVISION IN SHAPING THE CULTURAL MEMORY OF THE GREAT PATRIOTIC WAR

Abstract: The article analyzes the importance of television as a source of knowledge about the past. It highlights its advantages over other media in covering historical events. The article describes the trends for changes in the structure and content of programs dedicated to the Great Patriotic War. The reasons of complexity in interaction of journalists and historians are revealed. The role of television in the broadcast of communicative memory and the formation of cultural memory is evaluated.

Keywords: *cultural memory, television, the Great Patriotic war.*

Из всех средств массовой информации, пожалуй, именно телевидение является наиболее ценным источником знания о прошлом. Современные средства фиксации и хранения мультимедийной информации обеспечивают удобство обращения к телеконтенту и долговременность его использования. А возможность визуализации транслируемых исторических сведений позволяет представлять их аудитории комплексно, в виде цельного «образа» исторического события, персоны или эпохи. Благодаря этому источниковая ценность

телевизионных передач оказывается гораздо выше, чем у традиционных письменных источников, прежде всего, у публикаций прессы.

Особенностью телепрограмм исторической тематики является то, что они могут создаваться на основе научного исторического знания. Но в итоге информация, пропущенная журналистом «через себя» и дополненная мнениями и сведениями его современников, будет отражать бытующие в обществе представления и мифы о прошлом, о его общественно-значимых событиях. Поэтому ценность таких телепередач как источника исторических знаний заключается в том, что они не только аккумулируют и сохраняют фактический материал, но и отражают состояние и содержание коммуникативной и культурной памяти разных поколений.

А. Ассман и Я. Ассман, размышляя о культурном аспекте формирования памяти, указывают на роль СМИ, в том числе электронных, в расширении в прошлом возможности коллективной или социальной памяти. В представлении исследователей, культура понимается «как исторически изменяемая связь коммуникации, памяти и средств массовой информации» [1]. То есть СМИ и, в частности, аудиовизуальные, являются элементом этой триады, без которого в настоящее время невозможно осуществлять массовое информационное взаимодействие, сохранять и транслировать «образы», составляющие культурную память, формировать культуру.

Телевидение имеет очень важное преимущество перед другими СМИ, поскольку оно визуализирует не только транслируемую информацию, но и используемые в создании передач источники, в первую очередь, показывая очевидцев реконструируемой эпохи или события. С помощью такого показа оно добивается доверия зрителей к транслируемой исторической информации и, как следствие, эффективности внедрения в их сознание исторических «образов».

Но, если брать в качестве примера формирование культурной памяти о Великой Отечественной войне, то круг очевидцев военных событий неуклонно сужается. Это, безусловно, изменяет структуру и содержание передач такой тематики, заставляет активнее использовать вещественные источники, кино-, фото- и архивные документы. Место ветеранов на экране все чаще занимают те, кто лишь пересказывает услышанные от них рассказы, представляет семейные предания о героических поступках предков. Такая смена телегероев приводит к тому, что главный акцент в передачах делается уже не на рассказы о самой войне, а на то, как, почему, в каком виде и под влиянием чего память о ней сохраняется у нынешнего поколения.

Безусловно, нельзя умалять ценность и тем более игнорировать достижения исторической науки, в том числе в изучении военной истории. И тележурналисты обращаются к научным трудам и их создателям. Но, как показывают наши наблюдения, использование научного исторического знания не имеет массового характера. Прежде всего это связано с некоторой академической «сухостью» стиля научных произведений, что сужает круг их аудитории. В то же время телевизионный контент должен привлекать внимание своей эмоциональностью, заражаясь которой зрители лучше воспринимают транслируемую им информацию.

Еще одна причина неактивного взаимодействия журналистов и профессиональных ученых заключается в том, что историки обязаны опираться на верифицированные источники. В результате «за бортом» научных исследований часто остается значительный пласт событий и судеб военного периода. Телевидение, не имеющее столь жестких ограничений, возводит на «пьедестал» не факты, а человека, как носителя исторической информации, выдвигая на первый план его мнение, оценки, видение, «образы» минувшего.

Говоря о роли СМИ в формировании культурной памяти о войне, нельзя обойти вниманием и разрыв между «историей историков» и обыденными (массовыми) представлениями о прошлом. Л. П. Репина считает, что «в то время как социальная память продолжает создавать интерпретации, удовлетворяющие новым потребностям, в исторической науке господствует подход, состоящий в том, что прошлое ценно само по себе, и ученому следует, насколько возможно, быть выше соображений политической целесообразности» [2, с. 17]. Однако люди, в отличие от профессиональных историков, воспринимают прошлое не как объект исследования, а как часть себя, своей семьи, рода, народа. Исторические представления формируют их идентичность, влияют на социальное поведение, на выбор жизненной стратегии. Поэтому каждое новое поколение создает собственные представления о прошлом, акцентируя внимание на том, что актуально для его представителей в настоящем. И чем дальше от них историческое событие, тем сильнее СМИ оказывают влияние на отбор и сохранение людьми исторической информации, на содержание «образов» прошлого.

Можно констатировать, что сейчас мы наблюдаем разрыв живой связи между участниками/современниками Великой Отечественной войны и их потомками. Итогом данного явления служит трансформация коммуникативной памяти об этом важном историческом событии, что и находит отражение в современных телепере-

дачах. Телевидение активно участвует в процессе замены «образов» войны, сформированных в коммуникативной памяти под влиянием рассказов очевидцев, на специально сконструированные «образы» культурной памяти, которые соответствуют политическим установкам и особенностям восприятия событий Великой Отечественной войны новыми поколениями.

Литература

1. Ассман А. День вчерашний в дне сегодняшнем. Средства массовой информации и социальная память [Электронный ресурс] / А. Ассман, Я. Ассман // Уроки истории XX век. URL: <http://urokiistorii.ru/article/51658> (дата обращения: 1.03.2019).
2. Репина Л. П. «Связь времен» в историческом сознании переходных эпох // Проблемы истории России. Вып. 9: Россия и Запад в переходную эпоху от средневековья к новому времени. Екатеринбург, 2011. С. 11–22.

УДК 070.11:004.773.7 + 070.11:004.451.7

Неренц Д. В.

Российский государственный гуманитарный университет

«ХАКАТОНЫ» КАК НОВЫЙ СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Аннотация: С развитием новых технологий требования к компетенциям журналиста постоянно меняются. Теперь работа с поисковыми системами в интернете, умение работать в компьютерных программах и искать информацию в базах данных стали повсеместными требованиями к репортерам в редакции. В связи с этим, активно развивается новое направление в журналистике – дата-журналистика или журналистика данных. И в рамках работы этого направления репортеры обязаны знать основы программирования и дизайна. Сложившаяся ситуация привела к появлению «хакатонов», которые стали проводить во многих европейских странах, в США и в последние несколько лет эта практика пришла в российские редакции СМИ.

Ключевые слова: дата-журналистика, «хакатон», большие данные, визуализация.